

## **BAHASA PIDATO KAMPANYE: KAJIAN ANALISIS WACANA KRITIS**

**Sueb Hadi Saputro**

*Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan mengeksplanasikan (1) tema/topik, (2) struktur (pendahuluan, isi, penutup), (3) pemaknaan kata, (4) pemaknaan kalimat, dan (5) intonasi jurkam dalam pidato kampanye 2009. Penelitian kualitatif ini menggunakan sumber data pidato kampanye pileg dan pilpres 2009 yang dilaksanakan secara langsung di lapangan di wilayah Jawa Timur dan Debat Capres Pilpres 2009 di Trans TV Jakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teks bahasa pidato kampanye pileg dan pilpres 2009. Metode pengumpulan datanya adalah pengamatan, perekaman, pencatatan lapangan, dan wawancara. Penganalisisan data dilakukan sepanjang penelitian berlangsung dari awal sampai akhir penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tema yang diangkat oleh semua capres adalah peningkatan kesejahteraan rakyat. Struktur pidato kampanye meliputi pendahuluan berupa kata-kata heroik “merdeka” (Mega), kata-kata santun (SBY), kata-kata pujian (JK). Isi pidato kampanye hanya menyangkut kepentingan sesaat yaitu untuk meraih kekuasaan. Penutup pidato kampanye berisi penegasan kembali. Pemaknaan kata dan kalimat mencakup kajian terhadap tiga nilai kosakata: nilai eksperiensial, nilai relasional, nilai ekspresif. Intonasi dalam pidato kampanye umumnya bernada tinggi.

**Kata kunci:** bahasa kampanye, AWK, tema, struktur, kata, kalimat, intonasi

**Abstract:** This research aims at describing, interpreting, and explaining (1) the theme/topic, (2) the structure (introduction, contents, closing), (3) the lexical meaning, (4) the sentential meaning, and (5) the intonation of campaigners of 2009 election campaign. This qualitative research used 2009 legislative and presidential campaign conducted in East Java region and presidential debate 2009 live from Trans TV Jakarta as its source of data. The data collection methods were observation, recording, field note taking, and interview. Data analysis were done during the research period, from the beginning until the end of the research. The result of the research showed that the theme raised by all president candidates is people’s prosperity improvement issue. The structure of campaign speech involved introduction in the form of heroic word “freedom” (Mega), polite word (SBY), compliments (JK). The content of campaign speech related only to temporary interest to gain power. Lexical and sentential meaning involved the study on three lexical values: experiential, relational and expressive value. The intonation of the campaign speech is generally raising intonation.

**Keywords:** campaign language, CDA, theme, structure, word, sentence, intonation

## PENDAHULUAN

Penelitian berjudul *Bahasa Pidato Kampanye: Kajian Analisis Wacana Kritis* ini dilatarbelakangi oleh hal-hal berikut. Pertama, bahasa kampanye merupakan bahasa lapangan, yang menjadi sasaran menarik bagi penelitian bahasa saat ini. Kedua, bahasa kampanye juga mengandung kata-kata persuasif yang dapat menarik perhatian, membakar semangat, dan mengendalikan massa pendukungnya. Ketiga, dengan mencermati bahasa kampanye capres atau jurkam, kita akan dapat mengetahui arah politik atau kebijakan publik tentang realitas sosial politik capres atau parpol pengusungnya. Keempat, Pidato kampanye pemilu 2009 digunakan sebagai objek penelitian ini, karena bangsa Indonesia sudah melaksanakan dua kali pemilu di era reformasi belum menunjukkan hasil yang maksimal terhadap amanah reformasi.

Fenomena penelitian ini adalah bahasa pidato kampanye pemilu 2009: kajian analisis wacana kritis. Adapun fokus penelitian adalah: (1) tema/topik yang dipakai jurkam, (2) Struktur (pendahuluan, isi, penutup) yang dipakai oleh jurkam, (3) pemaknaan kata dalam pidato kampanye, (4) pemaknaan kalimat yang dipakai jurkam, dan (5) intonasi jurkam dalam pidato kampanye.

Secara umum tujuan penelitian ini: mendeskripsikan bahasa pidato kampanye: kajian analisis wacana kritis. Secara khusus tujuan penelitian ini: mendeskripsikan, meninterpretasikan, dan mengeksplanasikan (1) tema/topik, (2) struktur (pendahuluan, isi, penutup), (3) pemaknaan kata, (4) pemaknaan kalimat, dan (5) intonasi jurkam dalam pidato kampanye 2009.

Uraian teoretis yang memberikan landasan peneliti dalam melakukan

penelitian ini secara berturut-turut menyajikan :

Retorika/Kampanye, berpegang pada pendapat Plato/Aristoteles, tentang hakikat dan relevansi retorika. Pertama, anggapan yang menyatakan bahwa retorika semata-mata kemampuan serta kepandaian menggunakan bahasa yang indah yang dapat memesona orang lain. Kedua, retorika semata-mata hanya kepandaian menggunakan bahasa yang indah, yaitu hanyalah kegiatan yang lebih berkaitan dengan penampilan (*appearance*) daripada kenyataan (*reality*). Ketiga, retorika sebagai gaya bahasa atau gaya penyajian saja, retorika dipandang hanya sebagai keterampilan menggunakan gaya bahasa untuk menyampaikan maksud. Keempat, retorika sebagai sebutan terhadap semua bentuk komunikasi.

Propaganda dan Persuasi, Menurut Jowett and Donnell (1986:16), *propaganda is the deliberate and systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist* (propaganda adalah usaha berpikir dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi pengertian, dan sikap langsung untuk mencapai balasan yang lebih lanjut pada keinginan sungguh-sungguh ahli propaganda (*propagandist*)).

Semantik, sebagai pelafalan lain dari istilah "*La semantique*", merupakan cabang studi linguistik general. Oleh karena itu, semantik di sini adalah satu studi dan analisis tentang makna-makna linguistik (Parera, 1990:14). Secara umum teori makna dibedakan atas (1) teori referensial atau korespondensi, (2) teori kontekstual, (3) teori mentalitas atau

konseptual, (4) teori formalism (Ogden dan Richards dalam Parera, 1990:16).

Pragmastilistika Menurut Silva-Corvalan dalam Hickey (1989:87-105), pragmastilistika menganalisis teks, makna yang ada dalam teks itu, apa yang dilakukan teks itu, dan bagaimana teks itu bekerja. Yang diperdalam pragmastilistika adalah oral teks. Hal ini ditentukan oleh sejumlah elemen yang kompleks di mana wacana itu terjadi. Misalnya, hubungan antarpersonal pembicara, tingkat formalitas, topik wacana, sistem kepercayaan penutur, dan pengaruh yang ditimbulkan terhadap lawan bicaranya.

Pemilihan Umum (Pemilu) pengkajian atau studi bahasa secara ilmiah adalah penyelidikan bahasa melalui pengamatan-pengamatan yang teratur dan yang secara empiris dapat dibuktikan benar atau tidaknya serta mengacu kepada suatu teori umum tentang struktur bahasa.

Analisis Wacana Kritis, Menurut Fairclough dan Wodak (1997:258), analisis wacana kritis melihat wacana-pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Praktik wacana bisa jadi menampilkan efek ideologi: ia dapat memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak seimbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas. Analisis wacana kritis melihat bahasa sebagai faktor penting, yakni bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan dalam masyarakat terjadi. Analisis wacana kritis menyelidiki kelompok sosial yang ada

saling bertarung dan mengajukan versi masing-masing melalui bahasa.

Berikut ini disimpulkan karakteristik penting dari analisis wacana kritis, sebagaimana tertuang dalam tulisan Teun A. van Dijk, Fairclough, dan Wodak (1997:1-34), mencakup, tindakan, konteks, historis, kekuasaan, dan ideologi.

### **METODE PENELITIAN**

Objek penelitian ini adalah teks bahasa pidato kampanye monologis dari capres atau jurkam caleg dari partai pendukung utama capres yang berlangsung di wilayah Jawa Timur dan debat capres di *Trans TV* Jakarta antara lain (1) Pidato Kampanye Megawati Soekarnoputri, (2) Pidato Kampanye Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono, dan (3) Pidato kampanye H. Muhammad Jusuf Kalla, S.E.

Sumber data dalam penelitian ini adalah pidato kampanye pileg dan pilpres 2009 yang dilaksanakan secara langsung di lapangan di wilayah Jawa Timur dan Debat Capres Pilpres 2009 di *Trans TV* Jakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teks bahasa pidato kampanye pileg dan pilpres 2009.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) pengamatan, (2) perekaman, (3) pencatatan lapangan, dan (4) wawancara.

Prosedur analisis data dilakukan sepanjang penelitian berlangsung secara terus-menerus dari awal sampai akhir penelitian. AWK dapat diposisikan sebagai sebuah metode kajian (bisa disebut metode analisis terhadap penggunaan bahasa dengan menggunakan pendekatan kritis). Prosedur AWK, Van Dijk (1997:144), melihat suatu teks tulis atau lisan terdiri atas beberapa, struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia

membaginya dalam tiga tingkatan. Pertama, struktur makro. Ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua, superstruktur. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar. Agar pembahasan intonasi lebih jelas dan runtut sesuai dengan bagan di atas, penulis menggunakan *program Praat*. Program tersebut dapat mendeteksi tekanan/*stress*, nada/*pitch*, dan durasi/tempo dari pidato kampanye capres.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

### Tema Pidato Kampanye

Tema yang diangkat oleh semua capres dalam pemilu 2009 adalah meningkatkan kesejahteraan rakyat. (1) Tema yang diangkat oleh Mega adalah “Dengan Pemilu yang Jurdil dan Damai Kita Wujudkan Kesejahteraan Rakyat.” Tema ini lebih **bersifat propaganda**, karena tidak disertai dengan langkah-langkah yang konkret untuk mewujudkannya dan menunjukkan perilaku yang belum dibuktikan dan tidak berdasarkan logika. (2) Tema yang diangkat SBY adalah “Membangun Pemerintahan yang Bersih untuk Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat”. Tema ini lebih **bersifat persuasi**, karena disertai dengan langkah-langkah konkret untuk mewujudkannya dan menunjukkan perilaku yang sudah terbukti atau belum dan berdasarkan logika. Tolok ukur dari

langkah-langkah tersebut adalah terwujudnya kepercayaan luar negeri yang baik kepada Indonesia. Saat ini Indonesia bisa memiliki cadangan devisa sampai 83 miliar dolar Amerika. Nilai tukar rupiah juga sudah membaik, dan harga-harga sudah stabil. (3) Tema yang diangkat MJK adalah “Kepemimpinan Golkar yang akan Datang akan Membawa Bangsa ini Lebih Maju, Rakyat Kecil Lebih Sejahtera, Cerdas, dan Makmur.” Tema ini lebih **bersifat persuasi**, karena disertai dengan langkah-langkah konkret untuk mewujudkannya dan menunjukkan perilaku yang sudah terbukti atau belum dan berdasarkan logika. Contohnya adalah solusi cepat mengatasi krisis BBM untuk rumah tangga dengan penggunaan LPG, pembangunan 5 bandara di Indonesia dengan menggunakan tenaga ahli dan teknologi dari lokal, bisa menghemat devisa negara dan sebagainya.

### Struktur Pidato Kampanye

Struktur pidato kampanye pemilu 2009 menyangkut pendahuluan, isi, dan penutup.

- 1) Pendahuluan masing-masing capres dapat disimpulkan berikut ini. (a) Pendahuluan Mega, pada umumnya menggunakan kata-kata heroik “merdeka” untuk menarik massa pendukung dan mengungkapkan pengalaman pribadi yang menyenangkan atau yang pahit. (b) Pendahuluan SBY pada umumnya menggunakan kata-kata santun, mengajak pendukungnya berpikir tentang kemajuan bangsa Indonesia, agar ke depan lebih baik. (c) Pendahuluan MJK pada umumnya menggunakan kata-kata pujian kepada massa pendukung atau kader-kadernya.
- 2) Isi yang disampaikan masing-masing capres dapat disimpulkan berikut ini. (a) Pada umumnya isi pidato kampanye Mega menyangkut bidang

- politik, ekonomi, dan sosial. (b) SBY menyangkut unsur politik, KKN, pemerintahan yang bersih dan efektif, dan program prorakyat. (c) MJK menyangkut kepemimpinan, pendidikan, dan membela rakyat kecil agar makmur. Isi pidato kampanye ketiga capres tersebut belum menyentuh konsep secara filosofis yang menggambarkan pembangunan partai politik di Indonesia ke depan. Semuanya hanya menyangkut kepentingan sesaat, yaitu untuk meraih kekuasaan.
- 3) Penutup yang disampaikan masing-masing capres dapat disimpulkan berikut ini. Pada umumnya penutup pidato kampanye (a) Mega menyangkut penegasan kembali tentang meminta bantuan dukungan kepada massa pendukung beserta saudara-saudaranya, teman-temannya, dan sebagainya. (b) SBY menyangkut penegasan kembali tentang kesanggupan massa pendukung untuk membangun pemerintahan yang bertanggung jawab. (c) MJK juga menyangkut penegasan kembali kepada massa pendukung agar tanggal 9 April nanti untuk memilih Golkar.

### **Pemaknaan Kata dalam Pidato Kampanye**

Pemaknaan kata atau frase dalam pidato kampanye pemilu 2009 mencakup kajian terhadap tiga nilai kosakata, yakni nilai eksperiensial, nilai relasional, dan nilai ekspresif.

- 1) Nilai eksperiensial dalam pidato kampanye pemilu 2009 setiap capres berikut ini. Pada umumnya Mega, SBY, dan MJK sama menggunakan (a) pola klasifikasi realitas sosial politik, (b) kata-kata yang secara ideologis diperjuangkan, (c) leksikalisasi dari bidang politik,

hukum, sistem ketatanegaraan, dan ekonomi (d) relasi makna yang signifikan secara ideologis berupa sinonimi, dan antonimi, (e) metafora nominatif objektif.

- 2) Nilai relasional dalam pidato kampanye pemilu 2009 setiap capres berikut ini. Pada umumnya Mega dan SBY menggunakan kata-kata informal dalam pidato kampanyenya. Kosakata informal sering dipilih untuk menciptakan aspek-aspek solidaritas, kesantunan, dan ekspresi afektif. MJK pada umumnya menggunakan kata-kata formal. Pilihan kosakata seperti ini akan menciptakan kesan kekuasaan, posisi, dan status.
- 3) Nilai ekspresif dalam pidato kampanye pemilu 2009 setiap capres berikut ini. Pada umumnya Mega, SBY, dan MJK sama-sama menggunakan evaluasi positif diarahkan pada “kebaikan” dan “kelebihan” pemerintahan era reformasi dan evaluasi negatif diarahkan pada “kelemahan” dan “keburukan” pemerintahan era reformasi.

### **Pemaknaan Kalimat dalam Pidato Kampanye**

Pemaknaan kalimat dalam pidato kampanye pemilu 2009 mencakup kajian terhadap tiga nilai kalimat, yakni nilai eksperiensial, nilai relasional, dan nilai ekspresif.

- 1) Nilai eksperiensial dalam pidato kampanye pemilu 2009 setiap capres berikut ini. (a) Pada umumnya Mega dan SBY menggunakan kalimat ketransitifan proses material yaitu proses perbuatan, Mega dan MJK menggunakan kalimat ketransitifan proses mental yaitu proses bathin yang emotif. (b) Mega menggunakan kalimat pasif, SBY dan MJK

menggunakan kalimat aktif. (c) Mega menggunakan kalimat negasi/negatif diarahkan pada “kelemahan” dan “keburukan” pemerintahan era reformasi. SBY dan Mega menggunakan kalimat positif diarahkan pada “kebaikan” dan “kelebihan” pemerintahan era reformasi.

- 2) Nilai relasional dalam pidato kampanye pemilu 2009 setiap capres berikut ini. Pada umumnya (a) Mega menggunakan modus kalimat deklaratif; SBY menggunakan modus kalimat deklaratif, interogatif, dan imperatif; MJK menggunakan modus kalimat deklaratif dan imperatif. (b) Mega menggunakan pronomina persona “saya” menunjukkan penutur dengan “*powerfull*” memosisikan dirinya dalam memengaruhi masyarakat/para pendukungnya; SBY menggunakan pronomina persona “kita” dengan persentase 65,23 % mengandung maksud menimbulkan perasaan solidaritas di antara kelompok senasib, sebaya, dan massa pendukung/masyarakat umumnya; MJK menggunakan pronomina persona “kita” untuk menimbulkan perasaan solidaritas di antara petutur atau kelompok petutur yang senasib, sebaya, dan massa pendukung/masyarakat umumnya.
- 3) Nilai ekspresif dalam pidato kampanye pemilu 2009 setiap capres berikut ini. Pada umumnya Mega menggunakan modalitas ekspresif keharusan dan keterampilan, SBY menggunakan modalitas ekspresif kemampuan dan keterampilan, dan MJK menggunakan modalitas ekspresif keharusan, kepastian dan keterampilan

### Intonasi dalam Pidato Kampanye

Intonasi yang digunakan capres dalam pidato kampanye pemilu 2009 berikut ini.

- 1) Jadi kecenderungan intonasi yang digunakan oleh Mega tinggi, karena banyak menyoroti kepincangan pemerintah saat ini, Jika dikaji dari unsur historisnya, Mega adalah putra mantan penguasa bangsa Indonesia atau Presiden Soekarno, sehingga terbiasa berbicara lantang dengan masyarakatnya. Dia selalu bercermin pada ayahandanya dan selalu mendompleng pada nama besar Bung Karno.
- 2) Intonasi ini lebih menunjukkan keberhasilan pemerintahan yang dipimpin SBY saat ini, misalnya pemerintahan yang bersih, supremasi hukum, dan perekonomian. Bila dikaji dari unsur historisnya, SBY itu putra dari tentara/ prajurit rendah sekaligus sebagai petani di kota kecil pelosok Pacitan, Jawa Timur. Dia terbiasa berkomunikasi dengan rakyat kecil, sehingga terbiasa berbicara santun dengan nada yang rendah dengan masyarakatnya.
- 3) Nada tinggi digunakan untuk menunjukkan sikap kepemimpinan. Bila dikaji dari unsur historisnya, MJK itu putera dari raja saudagar terkaya di Makassar, Sulawesi Selatan. Sebagai saudagar pola berpikirnya cepat, tegas, pragmatis, dan praktis. Dia terbiasa berkomunikasi dengan kalangan saudagar atau pengusaha, sehingga jiwa saudagar atau pengusaha melekat di hati MJK. Kebiasaan inilah yang selalu melekat dan digunakan MJK dalam berpidato kampanye.

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas akhirnya dapat ditarik simpulan berikut ini. Pada umumnya bahasa pidato kampanye pemilu 2009 semua capres menggunakan tema yang mengacu pada peningkatan kesejahteraan rakyat; berstruktur konvensional; pemaknaan kata dan pemaknaan kalimat menyangkut nilai eksperiensial, nilai relasional, dan nilai ekspresif; intonasi yang digunakan oleh capres ada yang bernada tinggi untuk menunjukkan kepincangan pemerintahan saat ini atau untuk menunjukkan keberhasilan pelaksanaan tugas pada pemerintahan saat ini, dan ada juga yang bernada sedang dan santun untuk menunjukkan keberhasilan pemerintahan saat ini.

Dalam penelitian ini ditemukan simpulan khusus sebagai berikut. Pada umumnya tema yang diangkat oleh semua capres dalam pemilu 2009 adalah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. (1) Tema yang diangkat oleh Mega lebih **bersifat propaganda** (2) Tema yang diangkat SBY lebih **bersifat persuasi**, (3) Tema yang diangkat MJK lebih **bersifat persuasi**.

Struktur pidato kampanye pemilu 2009 menyangkut (1) Pendahuluan Mega, pada umumnya menggunakan kata-kata heroik “merdeka” untuk menarik massa pendukung dan mengungkapkan pengalaman pribadi yang menyenangkan atau yang pahit. Pendahuluan SBY pada umumnya menggunakan kata-kata santun, mengajak pendukungnya berpikir tentang kemajuan bangsa Indonesia, agar ke depan lebih baik. Pendahuluan MJK pada umumnya menggunakan kata-kata pujian kepada massa pendukung atau kader-kadernya. (2) Isi yang disampaikan oleh masing-masing capres dapat disimpulkan berikut ini. Pada umumnya isi pidato kampanye

Mega menyangkut bidang politik, ekonomi, dan sosial. SBY menyangkut unsur politik, KKN, pemerintahan yang bersih dan efektif, dan program prorakyat. MJK menyangkut kepemimpinan, pendidikan, dan membela rakyat kecil agar makmur. Isi pidato kampanye dari ketiga capres tersebut belum ada konsep secara filosofis yang menggambarkan pembangunan partai politik di Indonesia ke depan. Semuanya hanya menyangkut kepentingan sesaat yaitu untuk meraih kekuasaan. (3) Penutup yang disampaikan oleh masing-masing Capres dapat disimpulkan berikut ini. Pada umumnya penutup pidato kampanye Mega menyangkut penegasan kembali. SBY menyangkut penegasan kembali tentang kesanggupan massa pendukung untuk membangun pemerintahan yang bertanggung jawab. MJK juga menyangkut penegasan kembali kepada massa pendukung.

Pemaknaan kata dalam pidato kampanye pemilu 2009 mencakup kajian terhadap tiga nilai kosakata, yakni (1) Nilai eksperiensial setiap capres berikut ini. Pada umumnya ketiga capres sama menggunakan (a) pola klasifikasi realitas sosial politik, (b) kata-kata yang secara ideologis diperjuangkan, (c) leksikalisasi dari bidang politik, hukum, sistem ketatanegaraan, dan ekonomi (d) relasi makna yang signifikan secara ideologis berupa sinonimi, dan antonimi, (e) metafora nominatif objektif. (2) Nilai Relasional setiap capres berikut ini. Pada umumnya Mega dan SBY menggunakan kata-kata informal dalam pidato kampanyenya. MJK pada umumnya menggunakan kata-kata formal. (3) Nilai Ekspresif setiap capres berikut ini. Pada umumnya ketiga capres sama menggunakan evaluasi positif diarahkan pada “kebaikan” dan “kelebihan” pemerintahan era reformasi dan evaluasi

negatif diarahkan pada “kelemahan” dan “keburukan” pemerintahan era reformasi.

Pemaknaan Kalimat dalam pidato kampanye pemilu 2009 mencakup (1) Nilai eksperiensial :pada umumnya Mega menggunakan kalimat negasi/negatif diarahkan pada “kelemahan” dan “keburukan” pemerintahan era reformasi dan kalimat ketransitifan proses material dan mental; SBY menggunakan kalimat ketransitifan proses material yaitu proses perbuatan, MJK menggunakan kalimat ketransitifan proses mental (2) Nilai Relasional setiap capres berikut ini. (a) Pada umumnya Mega menggunakan modus kalimat deklaratif; SBY menggunakan modus kalimat deklaratif, interogatif, dan imperatif; MJK menggunakan modus kalimat deklaratif dan imperatif. (b) Mega menggunakan pronomina persona “saya” dengan prosentase 66, 11 % yang menunjukkan penutur dengan “*powerfull*” memosisikan dirinya dalam mempengaruhi masyarakat/ para pendukungnya; SBY menggunakan pronomina persona “kita” dengan prosentase 65, 23 % mengandung maksud menimbulkan perasaan solidaritas di antara kelompok senasib, sebaya, dan massa pendukung/ masyarakat umumnya; MJK menggunakan pronomina persona “kita” dengan prosentase 48,90% penggunaan pronomina kita oleh penutur menimbulkan perasaan solidaritas di antara petutur atau kelompok petutur yang senasib, sebaya, dan massa pendukung/ masyarakat umumnya. (3) Nilai Ekspresif setiap capres berikut ini. Pada umumnya Mega menggunakan modalitas ekspresif keharusan dan keteramalan; SBY menggunakan modalitas ekspresif kemampuan dan keteramalan, dan MJK menggunakan

modalitas ekspresif keharusan, kepastian dan keteramalan.

Intonasi yang digunakan Capres dalam Pidato Kampaye Pemilu 2009 berikut ini. (1) Kecenderungan intonasi yang digunakan oleh Mega tinggi, karena banyak menyoroti kepincangan pemerintah saat ini, misalnya DPT tidak beres, ekonomi neoliberalis, penegakan hukum belum optimal dan lain-lain. (2) Intonasi yang digunakan SBY ini lebih menunjukkan keberhasilan pemerintahan yang dipimpinnya saat ini, misalnya pemerintahan yang bersih, supremasi hukum, dan perekonomian. (3) MJK menggunakan nada tinggi untuk menunjukkan sikap dan keberhasilan kepemimpinannya selama ini sebagai Wakil Presiden.

Dari simpulan tersebut peneliti mencermati lagi hasil penelitian ini yang dikaitkan dengan realita, yaitu latar sosiokultural yang terjadi saat itu di lapangan. Dengan demikian penelitian ini menghasilkan temuan sebagai berikut. Temuan penelitian ini terfokus pada prinsip-prinsip retorika yaitu (1) kaitannya dengan pemilihan tema, (2) pilihan kata, (3) intonasi, dan (4) performansi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Beard, A. 2000. *The Language of Politics*. London: Routledge.
- Bogdan, Robert and Steven I Taylor. 1975. *Intoduction to Qualitative Reasearch to The Social Sciennes*. New York: John and Sons, Inc.
- Brooks, Cleanth and Warren, Robert Penn. 1970. *Modern Rhetoric*. New York: Harcourt, Brace & World.

- Brown, Gillian & Yule, George. 1996. *Discours Analysis*. Diterjemahkan oleh I. Soetikno. Analisis Wacana Jakarta: PT Gramedia Pustaka, Umum.
- Darma, Yoce Aliah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Eriyanto. 2003. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS
- Fairclough, Norman. 1985. Critical and Descriptive Goals in Discourse Analysis. *Journal of Pragmatics*, 9, hal 739-763).
- Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. New York: Longman Group UK Limited.
- Fairclough, Norman. 1995. *Critical Discours Analysis: The Critical Study of Language*. Harlow-Essex: Longman Group Limited.
- Fowler, R. 1985. Power. Dalam Van Dijk, T. (Ed.) *Handbook of Discourse Analysis Volume 4: Discourse Analysis in Society* (hlm. 61-82). London. Academic Press.
- Halliday, M.A.K. 1986. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold Publishers Ltd.
- Harumi, Indah. 2008. *Karakteristik Retorika Teks Pidato Bupati dan Wakil Bupati di Jawa Timur (Disertasi)*. Surabaya: PPS Universitas Negeri Surabaya.
- Jowett, G.S. & Victoria O'Donnell. 1986. *Propaganda and Persuasion*. Newbury Park London New Delhi: Sage Publications.
- John, J & Wareing S. 1999. Language and Politics. Dalam Thomas, L. dan Wareing, S. (Eds.), *Language, Society, and Power: An Introductions* (hlm. 31-48). London: Routledge.
- Keraf, Gorys. 2001. *Komposisi*. Flores, NTT, Indonesia: Nusa Indah
- Komisi Pemilihan Umum. 2007. *Undang Undang Pemilu dan Peraturan Pemerintah Bidang Politik*. Jakarta : KPU.
- Parera, J.D. 1990. *Teori Semantik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pomper (1970) dalam Lailiyah, 1977. *Analisis Wacana Kampanye Partai Persatuan Pembangunan dalam Pemilu 1997 di Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Santoso, Anang. 2002. *Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Wacana Politik (Disertasi)*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Samarin, William J. 1988. *"Field Linguistic A Guide to Linguistic Field Work"* Terjemahan J. S. Badudu. Ilmu Bahasa lapangan, Yogyakarta: Kanisius.
- Silva-Corvalen, Caramen. 1989. *The Pragmastic of Hopothetical Discourse in Leo Hicky (ed) The Pragmatic of Style*. London: T.J Press, PP 87-105.

- Van Dijk, Teun A. 1995. *Ideological Discourse Analysis*. Eija Ventola. (Eds)
- Wahyudi .2002. Retorika dalam Tutar Pidato Presiden Ir. Soekarno (Disertasi). Malang: PPS Universitas Negeri Malang.
- Widdowson, HG. 1993. *Stilistika dan Pengajaran Sastra*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Wodak, R. 1996. *Disorders of Discourse*. Harlow-Essex. Addison Wesley Longman Limited.
- Wodak, Ruth dan Martin Rusigl. 2001. *Methods of Critical Discourse Analysis*. London. Sage Publications.
- Zoest, Aartvan. 1993. *Semiotika tentang Tanda Cara Kerjanya yang Kita Lakukan Dengannya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.